

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC

CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

PRISCILA MARANGONI DE SOUZA

**IMPACTO DE PRÁTICAS SOCIOAMBIENTAIS NA SUSTENTABILIDADE
ECONÔMICA SOB A ÓTICA DA TEORIA NEOINSTITUCIONAL: ESTUDO DE
CASO EM UMA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO LOCALIZADA NO SUL DE SANTA
CATARINA**

CRICIÚMA

2018

PRISCILA MARANGONI DE SOUZA

**IMPACTO DE PRÁTICAS SOCIOAMBIENTAIS NA SUSTENTABILIDADE
ECONÔMICA SOB A ÓTICA DA TEORIA NEOINSTITUCIONAL: ESTUDO DE
CASO EM UMA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO LOCALIZADA NO SUL DE SANTA
CATARINA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado
para obtenção do grau de bacharela no curso
de Ciências Econômicas da Universidade do
Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof. Dr. Sílvio Parodi Oliveira
Camilo

CRICIÚMA

2018

PRISCILA MARANGONI DE SOUZA

**IMPACTO DE PRÁTICAS SOCIOAMBIENTAIS NA SUSTENTABILIDADE
ECONÔMICA SOB A ÓTICA DA TEORIA NEOINSTITUCIONAL: ESTUDO DE
CASO EM UMA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO LOCALIZADA NO SUL DE SANTA
CATARINA**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de bacharela, no Curso de Ciências Econômicas da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com Linha de Pesquisa em Economia Empresarial.

Criciúma, 05 de Dezembro de 2018.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Sílvio Parodi Oliveira Camilo - Doutor - (UNESC) - Orientador

Prof. Miguelangelo Gianezini - Doutor - (UNESC)

Prof. Melissa Watanabe – Doutora – (UNESC)

Dedico este trabalho a todos que, de alguma forma, participaram da realização deste sonho.

AGRADECIMENTOS

Sou grata a Deus por me abençoar nas horas de dificuldade e me dar sabedoria nesta trajetória que apenas está começando.

Aos meus familiares e amigos, em especial meu esposo, que de muitas formas me ajudaram a trilhar o caminho até aqui de forma mais fácil e prazerosa, bem como, seus ensinamentos e direcionamentos de estudo e de vida, contribuindo para minha formação enquanto acadêmica e cidadã.

Agradeço aos professores que se dispuseram a ajudar, seja com indicação de um livro, seja na correção de um texto ou mesmo uma simples conversa e auxílio no direcionamento da pesquisa, em especial, agradeço meu orientador, professor Dr. Sílvio Parodi, pela paciência e ensinamentos, tudo foi de suma importância para a conclusão deste estudo.

Agradeço também à instituição de ensino por ter me dado a chance e todas as ferramentas que permitiram chegar ao final desse ciclo de maneira satisfatória.

Por fim, registro meu muito obrigada aos colaboradores da empresa a qual pude desenvolver minha pesquisa, onde destaco, minha gratidão ao diretor comercial e à gerente de processos que com muita paciência e conhecimento dispuseram de seu tempo concedendo as entrevistas que possibilitaram o alcance de todos os objetivos.

“A ambição universal do homem é colher o que
nunca plantou.”

Adam Smith

RESUMO

Com o crescimento populacional e as produções em grande escala, as indústrias acabaram sobrecarregando o planeta, de forma que, algumas atitudes precisaram, e ainda precisam, ser tomadas a fim de minimizar ao máximo os efeitos da degradação da natureza. Muitas empresas, movidas tanto pela cobrança governamental, quanto pela pressão do mercado, buscaram desenvolver suas estratégias econômicas de funcionamento em torno da proteção dos recursos naturais. Assim, o entendimento destas mudanças estratégicas das empresas, bem como, as consequências da implementação de práticas socioambientais para a organização, são fundamentais para adequar as instituições às novas exigências do mercado, ao mesmo tempo que evidenciam a possibilidade real de equilíbrio entre homem moderno e natureza, equilíbrio econômico e ambiental. Sob a ótica neoinstitucional, o presente estudo se propõe a investigar como as práticas socioambientais produzem impactos na sustentabilidade econômica, por meio de um estudo de caso em uma indústria do vestuário localizada no Sul de Santa Catarina, e analisar os fatores influenciadores que levaram a empresa a adotar tais práticas. Este trabalho tem abordagem qualitativa, com objetivos descritivos e uso de estratégia de pesquisa de estudo de caso “único” e documental. Utilizou-se a entrevista como técnica de investigação mediante aplicação de questionário semi-estruturado. As conclusões indicam melhoras na eficiência produtiva da indústria e que a influência da cadeia produtiva do ambiente operacional de competição, a qual a empresa objeto de estudo está subordinada, são fatores determinantes para a continuidade dos projetos de sustentabilidade. No entanto, há iniciativas voluntaristas da empresa, por meio de percepções de seus setores de desenvolvimento e estratégicos, que demonstram sua conscientização em proativamente planejar e realizar ações sustentáveis.

Palavras-chave: Desenvolvimento sustentável. Ecoeficiência. Vestuário. Teoria neoinstitucional.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Quantidade resíduo Kg/Mês	45
Gráfico 2 - Valor resíduo Kg/Mês	45

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Visão geral do setor têxtil e confecção em Santa Catarina	36
Figura 2 - Processo produtivo da empresa.....	37
Figura 3 - Índice de Higg	39
Figura 4 - Projeto de Ecoeficiência na cadeia de fornecimento Renner	41
Figura 5 - ReJeans.....	42
Figura 6 - Práticas socioambientais da empresa.....	44

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Questionário	33
-------------------------------	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABVTEX	Associação Brasileira do Varejo Têxtil
BCI	Better Cotton Initiative
CITEV	Centro Tecnológico das Indústrias Têxtil e Vestuário de Portugal
FGV	Fundação Getúlio Vargas
ICV	Inovação na Cadeia de Valor
MPEs	Micro e Pequenas Empresas
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
PNRS	Política Nacional de Resíduos Sólidos
USP	Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 TEMA E PROBLEMA	12
1.2 OBJETIVOS	15
1.2.1 Objetivo geral	15
1.2.2 Objetivos específicos.....	15
1.3 JUSTIFICATIVA	16
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1 SUSTENTABILIDADE NAS ORGANIZAÇÕES.....	17
2.2 GESTÃO AMBIENTAL E EMPRESARIAL	19
2.3 ECOEFICIENCIA	23
2.4 TEORIA NEOINSTITUCIONAL	26
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	31
3.1 NATUREZA E TIPO DE PESQUISA	31
3.2 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS	32
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....	36
4.1 CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA E SUA CADEIA PRODUTIVA	36
4.1.1 Certificações.....	38
4.1.2 Participação em projetos socioambientais.....	40
4.2 PRÁTICAS SOCIOAMBIENTAIS	43
4.3 IMPACTOS SOCIOAMBIENTAL <i>VERSUS</i> SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA	46
4.4 FATORES DETERMINANTES A ADOÇÃO DE PRÁTICAS SOCIOAMBIENTAIS	48
5 CONCLUSÃO	50
REFERÊNCIAS.....	54

1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo aborda-se o tema bem como a problemática do presente trabalho, os objetivos, tanto geral quanto específicos e também a justificativa, onde se busca evidenciar a importância do desenvolvimento desta pesquisa.

1.1 TEMA E PROBLEMA

É de conhecimento que os recursos naturais são de suma importância para a sobrevivência da raça humana, bem como, foram propulsores e norteadores do surgimento e desenvolvimento de grandes civilizações. A forma como o homem explora e altera o meio em que vive vai ser definida pela necessidade da sociedade como um todo, ou seja, a demanda por produtos e serviços direciona a forma com que o meio ambiente será utilizado. Logo, conforme a sociedade muda, o padrão de uso dos recursos naturais também muda (WATANABE, 2009).

Esta relação, entre sociedade civil e responsabilidade ambiental, é relevante no atual sistema capitalista, uma vez que, o consumidor está cada vez mais crítico e, utilizando de seu poder de compra, filtra as empresas que cumprem seu papel social, no sentido de melhorar a qualidade de vida de todos, das empresas que não se atualizaram e permanecem cegas em busca de lucro a todo custo (BARBIERI, 2004).

Desta forma, o estudo dos meios que buscam minimizar ou extinguir as agressões ao meio ambiente deve ser considerado na tomada de decisões das empresas. O ser humano é dependente da natureza e, como tal, deve ser observado se seu relacionamento com a mesma está em equilíbrio. Um mau uso de qualquer recurso natural pode trazer graves problemas sociais, de saúde e econômicos. Problemas estes, que poderiam ser postergados, ou mesmo evitados, apenas colocando em prática processos socioambientais (DIAS, 2011).

A dinâmica do uso da terra e dos recursos naturais precisa ser estudada, pois apresenta ciclos e especificidades relevantes para os mais variados usos e setores, seja no plantio de alimentos, fibras ou na criação de energia. Por isso, o uso dos recursos naturais está diretamente relacionado às dimensões biofísicas,

socioeconômicas e culturais da geografia humana dos indivíduos de determinado ambiente que dependem da decisão da melhor utilização daquele meio (WATANABE, 2009).

Logo, os rejeitos gerados no sistema produtivo, não podem simplesmente ser descartados em qualquer lugar ou acumulados sem controle, bem como, a matéria prima e todos os recursos utilizados no processo produtivo não devem ser vistos como recursos infindáveis. O sistema de produção, distribuição e serviços, consome partes do ciclo natural muito importantes, por isso, se faz necessário o estudo do uso correto e eficiente, a fim de proteger e repor a natureza para as gerações futuras.

Atualmente, as indústrias de vestuário podem ser relacionadas às necessidades básicas da população, são inúmeras as empresas do setor, para os mais variados tipos de clientes e ocasiões. Todas as formas possíveis de se destacar no mercado capitalista de consumo devem ser estudadas, avaliadas e implantadas.

O trabalho se propõe investigar os impactos de práticas socioambientais na sustentabilidade econômica da empresa sob a ótica da teoria neoinstitucional, por meio de um estudo de caso em uma indústria do vestuário localizada no Sul de Santa Catarina.

Os pressupostos da teoria neoinstitucional, explicam como e por que as empresas são influenciadas pelo ambiente institucional, abordando formas de enxergar as organizações, analisando suas práticas, posturas e ações organizacionais. A análise sob a ótica desta teoria, será essencial para verificar os fatores influenciadores que levaram a empresa a adotar práticas socioambientais em seus processos.

Para Zucker (1987) é por meio de pressões normativas sejam elas ditadas pelo mercado ou Estado, sejam por crenças dos próprios funcionários ou gestores da organização, a empresa se vê, em algum momento de sua existência, obrigada a se adaptar às exigências do setor. Em outras palavras, a organização acaba direcionada por valores que são legitimados antes de serem postos aos problemas e processos da instituição.

De acordo com, Machado e Gonçalves (1999 apud ROSSETTO; ROSSETTO, 2005), a adoção e adequação da empresa a estas exigências sociais, quando adequados ao setor e processos da organização, aumentam a aceitação da mesma no mercado e, conseqüentemente, a probabilidade de sobrevivência desta. Ou seja, na busca por legitimação, os gestores acabam direcionando seus investimentos a fim de interagirem de forma positiva com a sociedade civil, agradando seus clientes, investidores e fornecedores, levando em conta nas estratégias escolhidas e decisões empreendidas fatores externos e alheios a produção, que nem sempre condizem com os critérios de máxima eficiência produtiva.

Neste sentido, para DiMaggio e Powell (2005), o desenho organizacional das empresas se dá por meio de processos de pressões interna e externas que, ao agirem mutuamente sobre várias instituições, acabam, com o tempo, levando às organizações a terem perspectivas parecidas. Ou seja, de acordo com o autor, as escolhas estratégicas das empresas não são concebidas por um processo racional, mas sim, por acordos exigidos pelo mercado e ambiente a qual a empresa se vê inserida.

Kelm et al. (2014) apontam que a teoria neoinstitucional ajuda a compreender a capacidade adaptativa das empresas ao meio a qual estão inseridas, como o autor define “subconsciente coletivo”, cujo determinados processos deixam de ser uma opção e se tornam padrão da organização, ações estas que, muitas vezes, não implicam diretamente em maior rentabilidade ou eficiência no processo produtivo mas são designadas por interferência do mercado, meio ou sociedade.

A empresa possuía todo o processo voltado para aumento de produtividade, porém, com os avanços tecnológicos e surgimento de novas demandas sociais, é imprescindível uma readequação do seu processo produtivo, implantando práticas que visem reduzir os impactos ambientais e que visem melhoras na sua eficiência produtiva como um todo. Um produto, só de existir no mundo, já gera impacto ambiental e social, assim seria impossível anular esse impacto, mas é possível amenizá-lo. O grande desafio das organizações industriais é o equilíbrio ambiental e econômico, como ponto fundamental e determinante para

a permanência das empresas no mercado. Portanto, é de suma importância descobrir os meios para alcance de tal equilíbrio.

A partir do exposto surge a seguinte pergunta de pesquisa: Como as práticas socioambientais produzem impactos na sustentabilidade econômica da empresa?

1.2 OBJETIVOS

Para efetivação do presente estudo foram delimitados alguns objetivos, objetivo geral, que definiu a direção central do estudo, e objetivos específicos, que direcionarão os caminhos para alcance do objetivo geral.

1.2.1 Objetivo geral

O presente estudo tem como objetivo geral investigar determinantes de práticas socioambientais e seus impactos na sustentabilidade econômica, por meio de um caso industrial com sede no sul catarinense.

1.2.2 Objetivos específicos

Para alcance do objetivo geral, foram delimitados os objetivos específicos elencados abaixo:

- Caracterizar a empresa objeto de análise e a cadeia produtiva;
- Identificar as práticas socioambientais nos processos produtivo da empresa e analisar os benefícios;
- Verificar os principais efeitos das práticas socioambientais, analisando os impactos na sustentabilidade econômica;
- Descrever os fatores influenciadores que levaram a empresa a adotar práticas socioambientais, sob a ótica da teoria neoinstitucional.

1.3 JUSTIFICATIVA

Atualmente as questões ambientais estão com alta visibilidade, sem distinção de setores ou região, é uma característica global, que está trazendo mudanças nas interações e na dinâmica comportamental das empresas. Isto fez com que muitas organizações começassem a analisar suas atividades a fim de identificar os impactos ambientais que causavam durante seus processos de produção, distribuição e comercialização.

Conforme pontuado por Claro, Claro e Amâncio (2008), a visão de mundo na qual o homem domina a natureza, em que as indústrias crescem e exploram de forma desenfreada o meio ambiente, está obsoleta. Os valores sociais passaram por remodelações, incorporando questões sociais que devem ser trazidas à tona, a fim de informar empresários, gestores, funcionários e a sociedade, o significado de desenvolvimento sustentável, para que haja mudanças práticas e efetivas na direção da sustentabilidade.

Assim, esse estudo se torna fundamental na medida em que possibilitará verificar os efeitos da implementação de práticas socioambientais no processo produtivo da indústria do vestuário, os benefícios ao meio ambiente, tal como verificar os impactos na sustentabilidade econômica e analisar os fatores motivadores que levaram a empresa estudada a se adequar à demanda social e ambiental, sob a ótica da teoria neoinstitucional.

No fim do presente trabalho busca-se clarear as formas de conciliar a preocupação ambiental, sem que a empresa tenha perda de produtividade e aumento de custos, visando o equilíbrio ambiental e econômico.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo serão apresentadas as bases teóricas de sustentação da pesquisa, demonstrando os principais conceitos, igualmente como a importância do tema em questão para melhoria e desenvolvimento do setor a qual o tema propõe investigar.

2.1 SUSTENTABILIDADE NAS ORGANIZAÇÕES

Atualmente, se discute muito sobre sustentabilidade, sendo este, um tema recorrente nos mais variados setores produtivos devido à preocupação com o meio ambiente, em equilibrar eficiência produtiva e conservação da natureza, contudo, este não é um assunto novo. De acordo com Câmara e Gonçalves Filho (2007), esta pauta surgiu com as notícias de efeito estufa e diminuição da camada de ozônio, que ultrapassaram as barreiras científicas e trouxeram consequências reais e preocupantes à vida do dito homem comum.

Segundo Barbieri (2004), nas últimas décadas do século XX, este assunto entrou definitivamente na agenda dos governos de muitos países e de diversas áreas da sociedade civil organizada. A este respeito, Gonçalves e Heliodoro (2005), apontam que as transformações ocorridas na sociedade alteram também o âmbito empresarial, uma vez que, as organizações estão inseridas nos mais diferentes processos sociais. Ainda de acordo com os autores, muitas empresas entenderam que para obter um bom desempenho em sua área de atuação, a responsabilidade social da empresa precisa ser integrada às estratégias de desempenho da organização.

Para Dias (2011), ainda no século XX se consolida um novo padrão de desenvolvimento que, além dos aspectos relacionados ao meio ambiente, inclui os aspectos socioculturais. O autor destaca que não se trata de abolir o uso dos recursos naturais, isto seria impossível, é simplesmente utilizá-los de forma mais consciente, para que as gerações futuras também possam usufruir destes. Determinar um limite na utilização da natureza, trata-se de uma questão de sobrevivência, de planejamento e proteção da espécie e do planeta como um todo.

Essa preocupação com o meio ambiente é ainda mais recente no setor empresarial, onde o lucro é determinante na tomada de decisões, em razão de muitas organizações que ainda buscam as formas de conciliar as questões ambientais, conscientização esta, cada vez mais cobrada pela sociedade e pelo governo, com seu objetivo existencial, o lucro. Embora, diversas empresas já buscavam adquirir práticas sustentáveis, quando o assunto apenas começava a despertar interesse das comunidades afetadas diretamente pelos problemas. (BARBIERI, 2004).

Conforme Azevedo (2006, p. 78), uma empresa pode ser definida como sustentável quando “procura considerar em suas ações as dimensões econômica, social e ambiental”. Hoje, esse é um dos grandes desafios nas organizações, integrar essas dimensões e trabalhá-las em harmonia. Em concordância com Azevedo (2006), Dias (2011, p. 45) ressalta que:

O mais importante na abordagem das três dimensões da sustentabilidade empresarial é o equilíbrio dinâmico necessário e permanente que devem ter, e que tem de ser levado em consideração pelas organizações empresariais (econômica), sindicatos (social) e entidades ambientalistas (ambiental). Deve ser estabelecido um acordo entre as organizações de tal modo que nenhuma delas atinja o grau máximo de suas reivindicações e nem o mínimo inaceitável, o que implica num diálogo permanente para que as três dimensões sejam contempladas de modo a manter a sustentabilidade dos sistemas.

Barbieri (2004) afirma, que essa preocupação com o meio ambiente, para a maioria das empresas, não se transformou em práticas administrativas e operacionais efetivas, pois, ao contrário, não estaríamos vivendo nesse acúmulo de problemas e esse tema seria natural, uma parte integrada nas engrenagens da sociedade, não se mostrando como um diferencial, como algo fora do comum, da maneira que está sendo discutido nos dias de hoje.

Ainda em conformidade com Barbieri (2004, p. 5), “os problemas ambientais provocados pelos humanos decorrem do uso do meio ambiente para obter os recursos necessários para produzir os bens e serviços que estes necessitam”, portanto, mesmo que este uso seja necessário, a forma com que se explora a natureza é determinante na recuperação desta. É sabido, que é por meio do meio ambiente que extraímos fonte de recursos para a produção da nossa

subsistência, e como recipiente de resíduos da produção e consumo. O ser humano é dependente dos meios naturais, e como tal, deve ser observado se seu relacionamento está em equilíbrio. Um mau uso dos recursos naturais, pode trazer graves problemas sociais, de saúde e econômicos. Problemas estes, que poderiam ser postergados ou mesmo evitados, apenas colocando em prática a ecoeficiência. Desse modo, é imprescindível o envolvimento das empresas a fim de que sejam encontradas soluções a esses problemas, pois são elas que produzem e comercializam bens e serviços para a sociedade como um todo.

Neste sentido, Wernke (2001) escreve que a responsabilidade social, por meio da preservação ambiental, acaba servindo de diferencial da marca, destacando as empresas que assim procedem das concorrentes que não adequam seu perfil às exigências do mercado.

Azevedo e Cruz (2007) destacam que, por serem responsáveis pela produção de bens e serviços e estarem inseridas em um sistema de livre comércio, onde o consumidor determina como e com quem irá gastar sua renda, as empresas se veem obrigadas a prestar contas aos demais membros da sociedade, a fim de demonstrarem que estão fazendo sua parte, no que diz agregar qualidade à vida das pessoas.

No próximo tópico, será demonstrado a importância da gestão ambiental nas empresas e seus efeitos na postura que a organização passa a ter, com relação ao meio ambiente, a partir de um adequado gerenciamento.

2.2 GESTÃO AMBIENTAL E EMPRESARIAL

Do ponto de vista empresarial, a expressão gestão ambiental é utilizada para “denominar a gestão empresarial que se orienta para evitar, na medida do possível, problemas, para o meio ambiente.” (DIAS, 2011, p. 102).

O site Bovespa (2009 apud SILVA et al., 2009), aponta a sustentabilidade como uma nova forma de se fazer negócio, é a promoção da responsabilidade social, uma vez que, ao reduzir o consumo de recursos naturais se limitam os impactos no meio ambiente, tudo isso sem abandonar o ideal empreendedor, o lucro. Ainda de acordo com o site, esta “prática de governança corporativa,

corroborar para o desenvolvimento sustentável ao mesmo tempo em que cria valor ao acionista e proporciona maior probabilidade de continuidade do negócio no longo prazo". Em outras palavras, a empresa se manterá no objetivo primordial de sua existência, gerar lucro, mas passará a amenizar o impacto de suas atividades no meio ambiente, gerando mais qualidade de vida para seus membros e para a sociedade como um todo.

A este respeito, Silva et al. (2009) abordam que a sustentabilidade pode ser tida como um novo método estratégico de se fazer negócio, que, por meio da redução dos recursos naturais utilizados nos processos de produção, distribuição e comercialização, promove a responsabilidade social, sem abandonar a rentabilidade financeira da organização.

Para Barbieri (2004), dentro de um processo de gestão ambiental, as ações empresariais são definidas não só na produção, distribuição e comercialização, ou seja, dentro do ciclo de criação e venda, mas também direcionam a postura adotada pelas empresas frente aos problemas ambientais gerados por elas, do mesmo modo que a seriedade, apoio e respeito com a legislação e iniciativas ambientais às quais estão sujeitas. Segundo Dias (2011), a gestão ambiental traz benefícios ao processo produtivo como um todo e, consequentemente, pontos positivos na questão da competitividade, uma vez que, a empresa que se antecipa em atender as novas demandas da sociedade acaba tendo uma performance diferenciada.

Barbieri (2004) aponta que o grande diferencial das empresas que se destacam, é o fato de irem além do que a legislação exige. Esse diferencial é uma característica marcada por modelos de gestão, por esse motivo devem ser vistos como meios de alcançar o desenvolvimento sustentável.

Desse modo, como lembra Azevedo (2006), para a obtenção de um desenvolvimento sustentável, se faz necessário promover formas administrativas que tenham o objetivo de minimizar os efeitos ambientais gerados pelas empresas, a fim de que, exista utilização do meio sem degradação deste. Os problemas ambientais são um fato evidente e as empresas estão, desde a sua origem, no centro desse processo, pois, como cita Dias (2011), é de responsabilidade das

organizações as principais alterações e esgotamentos do meio ambiente, uma vez que dependem deste para obter os insumos de seus processos produtivos.

Ainda sobre este assunto, Barbieri (2004) aborda que é dever das empresas elaborar seu desenvolvimento a partir do respeito com o meio ambiente, visto que, isto não resulta apenas da necessidade de resolver os problemas ambientais acumulados ao longo dos anos, mas também da ampliação da sua influência em todas as esferas da atividade humana.

De acordo com o autor, é primordial que os empresários e administradores tomem novas atitudes e busquem por soluções para encontrar o equilíbrio ambiental, que passem a tratar da natureza como uma extensão da própria empresa, não como uma fonte inesgotável de matérias primas, passando assim “a considerar o meio ambiente em suas decisões e adotar concepções administrativas e tecnológicas que contribuam para ampliar a capacidade de suporte do planeta.” (BARBIERI, 2004, p. 99).

O autor argumenta que conforme as mudanças ambientais iam se tornando mais visíveis, a degradação do meio ambiente tornou-se motivo de preocupação e a população passou a ter uma visão mais crítica a este respeito, cobrando mais eficiência e menos danos ao uso dos bens naturais.

O envolvimento das empresas com os problemas ambientais adquire importância estratégica à medida que aumenta o interesse e a opinião pública sobre as questões ambientais, bem como dos grupos interessados nesses problemas: trabalhadores, consumidores, investidores e ambientalistas.

Muitos investidores já consideram as questões ambientais em suas decisões, pois sabem que os passivos ambientais estão entre os principais fatores que podem corroer a rentabilidade e substância patrimonial das empresas. O crescimento do contingente de consumidores que preferem comprar produtos e serviços que respeitem a natureza é outro fator que impulsiona o tratamento estratégico das questões ambientais. Os estímulos para uma abordagem estratégica são muitos e variados. (BARBIERI, 2004, p. 110).

Dias (2011) acrescenta, que por meio da gestão ambiental, as empresas podem alcançar vantagens competitivas, pois cada vez mais os consumidores, devido ao aumento da consciência ambiental, buscam por produtos e serviços sustentáveis. Essas mudanças de compreensão sobre o meio ambiente fizeram, de acordo com Carvalho e Gomes (2008), com que as empresas elevassem a demanda

pela eficiência, buscando formas cada vez mais econômicas de processos e produtos.

Além das mudanças produtivas, que visam redução na utilização e alteração dos recursos naturais, as empresas que optam por seguirem os princípios da sustentabilidade deve ter as questões sociais em pauta também. A organização e seus gestores, precisam estar conscientes que são parte de um todo, designado sociedade, e que suas ações atingem acionistas, funcionários, fornecedores, clientes e comunidades em seu entorno, em outras palavras, uma rede de *stakeholders* (grupos de interesse) (AZEVEDO, 2006).

Segundo North (1997 apud BARBIERI, 2004), esta gestão ambiental pode proporcionar diversos benefícios estratégicos, dos quais o autor destaca, a melhoria da imagem institucional e das relações com autoridades públicas, comunidade e grupos ambientalistas ativistas, uma vez que, a visão que uma sociedade tem de determinada empresa vai influenciar tanto na conquista de potenciais clientes, quanto nas negociações com investidores, na aquisição de empréstimos com financeiras e até mesmo nas relações com fornecedores; renovação do *portfólio* de produtos e abertura de novos desafios, por exigir novos processos e desenvolvimento de novos projetos; maior facilidade para cumprir os padrões ambientais, por já estar adequado além do exigido pela lei; acessos assegurado ao mercado externo, por estar dentro das normas de regulamentação do país de origem e de destino; E por fim produtividade aumentada, maior comprometimento dos funcionários e melhores relações de trabalho, pois, quando os processos ficam alinhados e os funcionários compreendem sua participação e responsabilidade como parte da empresa e da comunidade, muitas atividades custosas à organização passam a ser evitadas, como por exemplo, aumento no cuidado com o desperdício de matérias primas.

Cabe apontar, estas novas estratégias demandam uma análise setorial profunda por parte da empresa, pois alteram a dinâmica da organização, seu padrão de funcionamento, sendo de suma importância alinhar as questões ambientais, sem afetar a rentabilidade econômico-financeira e a produtividade desta (ROSSETTO; ROSSETTO, 2005).

Assim como a forma de atingir o meio ambiente é diferente para cada empresa, a gestão ambiental também precisa ser diferente para cada setor e organização. Apesar disto, Vellani e Ribeiro (2009) apontam alguns indicativos para alterar o fluxo produtivo de acordo com ações ecológicas. Os autores destacam a mudança de insumos não-renováveis para renováveis, reduzir o consumo de matérias primas, água, energia e demais insumos, e, por fim, reutilizar resíduos, seja reciclando ou transformando-os em matérias prima.

Azevedo e Cruz (2007) lembram que as empresas precisam se adaptar as novas exigências sociais, se não pelo bem do planeta, pelo bem financeiro na instituição, uma vez que, o consumidor está cada vez mais exigente e consciente de suas responsabilidades enquanto cidadão. Na busca deste equilíbrio, ambiental e econômico, algumas estratégias de gestão ambiental foram e estão sendo desenvolvidas. No próximo item será explanada uma destas propostas, apresentada como ecoeficiência.

2.3 ECOEFICIENCIA

A ecoeficiência, enquanto estratégia de gestão ambiental nas empresas, tem assumido um papel cada vez mais importante nas últimas décadas, uma vez que, possibilita unir eficiência na utilização dos recursos e produtividade, é a junção de responsabilidade ambiental e social e lucratividade. Segundo Toledo e Demajorovic (2006), há uma série de ferramentas sendo discutidas voltadas aos problemas ambientais no âmbito empresarial, dentre todas elas, a ecoeficiência é a ferramenta com maior destaque. A explicação, segundo os autores, é o fato de que a mesma não impõe limites ao crescimento e não envolve restrições a qualquer tipo de atividade industrial.

Dias (2011) cita que a ecoeficiência visa trabalhar com o que a empresa já possui, estudando formas de melhorar os processos, tornando-os mais eficientes. Seja no policiamento dos desperdícios de matérias primas, seja na redução ou reaproveitamento de resíduos, as ferramentas de ecoeficiência acabam reduzindo os custos e elevando a competitividade da empresa no mercado.

De acordo com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico - OCDE (1998, apud BARBIERI, 2004, p. 122):

A ecoeficiência é modelo de gestão ambiental empresarial introduzido em 1992 pelo Business Council for Sustainable Development, atualmente World Business Council for Sustainable Development. Em 1996, os ministros do meio ambiente dos países que integram a OCDE identificaram a ecoeficiência como proposta promissora para as empresas, os governos e as famílias reduzirem a poluição e o uso de recursos nas suas atividades e passaram a recomendá-la.

Para Barbieri (2004, p. 123), a ecoeficiência visa reduzir os impactos ambientais por meio da “entrega de produtos e serviços com preços competitivos que satisfaçam as necessidades humanas e melhorem a qualidade de vida”. Segundo o autor, para essas entidades, uma empresa se tornaria ecoeficiente por meio de práticas voltadas à realização de quatro atividades principais, a primeira é minimizar a intensidade de materiais e de energia nos produtos e serviços, a segunda minimizar a dispersão de qualquer tipo de material tóxico pela empresa, em um terceiro momento, aumentar a reciclabilidade dos produtos que não são possíveis evitar o descarte, maximizando assim o uso sustentável dos recursos renováveis, para, por fim, aumentar a durabilidade dos produtos da empresa e aumentar a intensidade dos serviços nos seus produtos e serviços.

Em outras palavras:

A ecoeficiência baseia-se na ideia de que a redução de materiais e energia por unidade de produto ou serviço aumenta a competitividade da empresa, ao mesmo tempo que reduz as pressões sobre o meio ambiente, seja como fonte de recurso, seja como depósito de resíduos. É um modelo de produção e consumo sustentáveis, na medida em que ressalta a produção de bens e serviços necessários e que contribuam para melhorar a qualidade de vida. (BARBIERI, 2004, p. 123).

De maneira simplificada, Dias (2011, p. 154) aponta que a ecoeficiência “consiste em produzir mais com menos, reduzindo o consumo de materiais e energia, a geração de resíduos e a liberação de poluição no ambiente.” Também sobre este assunto, Câmara e Gonçalves Filho (2007, p. 96), citam que “as empresas ecoeficientes buscam reduzir custos e tornarem-se mais competitivas, obtendo vantagens mediante a gestão ecoeficiente em novos mercados.

Toledo e Demajorovic (2006) afirmam que, as formas atuais de conduzir os negócios, buscando a máxima eficiência em seus processos, levam as empresas a implantar estratégias de ecoeficiência em sua gestão. Outros autores, que também enfatizam a adoção de princípios ecoeficientes, são Carvalho e Gomes (2008), pois, de acordo com eles, estas estratégias além de melhorarem a qualidade de vida das pessoas, ainda são capazes de auxiliar no crescimento das empresas.

É importante destacar, como bem cita Carvalho e Gomes (2008), que a conduta das empresas muda, pois, ao serem educadas pela ecoeficiência os processos e produtos passam a ser pensados a partir do ideal de racionalização, com minimização das agressões ao meio ambiente, melhorando direta ou indiretamente a vida das pessoas. Ou seja, uma empresa que age de forma a ampliar ou desenvolver o equilíbrio dos ecossistemas acaba estando mais perto da sustentabilidade que uma concorrente que não atua sobre seus resíduos (VELLANI; RIBEIRO, 2009).

Ainda sobre este tema, Sisinnio e Moreira (2005) cita que é de fundamental importância que os funcionários sejam treinados e estimulados a participarem dos movimentos de proteção ambiental, bem como, ter ciência de sua responsabilidade enquanto membro da organização e consumidor no geral. Estas ações levam o indivíduo a conhecer os custos dos materiais e insumos, diminuindo o desperdício e consumo desnecessário de produtos.

A este respeito, Leite Filho, Prates e Guimarães (2009) destacam que é importante evidenciar qualquer ação para o bem comum, principalmente no sentido de preservar o meio ambiente e utilização consciente dos recursos naturais, com soluções que visem conciliar desenvolvimento e meio ambiente, garantindo recursos para as gerações futuras. É necessário, que desde o projeto de produtos e na regulamentação, seja incorporado, variáveis ligadas ao meio ambiente e à qualidade de vida da população (CÂMARA; GONÇALVES FILHO, 2007).

A partir desta conscientização, os consumidores passaram a se questionar os tipos de serviços e produtos que estavam utilizando, bem como, as formas e os meios que estes produtos eram produzidos e comercializados. Essa maior exigência do mercado, fez com que as empresas buscassem melhorias nas

condições de operação do processo, de forma a produzir gerando cada vez menos os impactos ao meio ambiente. (PEDRINI et al., 2008).

No próximo item, será demonstrado como estas informações, externas aos processos da organização, interferem na tomada de decisões da corporação.

2.4 TEORIA NEOINSTITUCIONAL

A busca empresarial em se adaptar as novas exigências governamentais e dos próprios clientes com relação ao meio ambiente, está diretamente ligada à pressão comercial imposta por estes, ou seja, a sociedade estimula no empresário a preocupação ambiental que, na intenção de atrair visibilidade positiva no mercado à sua marca, precisa se adequar. Sobre isso, Barbieri (2004) aponta que, se não houvesse pressões da sociedade e medidas governamentais para regularizar e pressionar o empresário a adequar sua produção, de modo que não agrida o meio ambiente, com certeza esse tema não seria observado, ao menos, não com tanto envolvimento como está sendo visto hoje nas organizações.

Para Azevedo (2006, p. 78), a incorporação da sustentabilidade empresarial se dá por vários aspectos, o autor destaca “as crenças do próprio dirigente da empresa, a mobilização da sociedade, a influência do mercado nacional e internacional, a atuação do setor público, a pressão de organismos internacionais”.

A este respeito Rios e Oliveira (2013) escrevem, a partir de seus estudos, que a responsabilidade social empresarial é cobrada socialmente das empresas, por meio de organizações informais, ou seja, são os próprios clientes, fornecedores e funcionários quem despertam a necessidade do gestor em adequar suas decisões aos valores morais postos pela sociedade. Os autores ainda afirmam, que a responsabilidade ambiental, apesar de também ser cobrada pela sociedade civil, está muito mais ligada a exigências governamentais por meio de leis, ou seja, instituições formais, sendo o incentivo da empresa não receber multas ou outros tipos de sanções legais. Os autores ainda pontuam que, quando um destes aspectos, que levam a implementação da sustentabilidade na empresa, aflora a organização passa a se estruturar a fim de alcançar uma estratégia que equilibre o interesse comercial ao financeiro.

Dentro desta perspectiva, os pressupostos da teoria neoinstitucional explicam como e por que as empresas são influenciadas pelo ambiente institucional, abordando forma de enxergar a organização, atribuindo elementos particulares na análise das práticas, posturas e ações organizacionais, Machado e Gonçalves (1999 apud ROSSETTO; ROSSETTO, 2005).

Sobre este tema, Zucker (1987), aponta que, as organizações são direcionadas por pressões normativas vindas tanto de fontes externas, como o Estado ou o mercado, quanto de fontes internas, crenças dos próprios funcionários ou proprietários da organização. Isto significa dizer, que a organização é influenciada por valores legitimados institucionalmente. A adoção de tais elementos, quando bem estudados e adequados ao setor e processos da empresa, aumentam a aceitação da organização no mercado e, conseqüentemente, a probabilidade de sobrevivência desta.

Esta teoria tem como base de argumentação a noção de que as organizações “são socialmente recompensadas pela legitimação, recursos, e sobrevivem com base na aceitação de pressões institucionais coercitivas, normativas e adaptativas”. (FERNANDEZ-ALLES; VALLE-CABRERA, 2006 apud OLIVEIRA; GONÇALVES; CAPELARI, 2011, p. 145).

Silva e Nascimento (2017), concluem a partir de seus estudos de caso, que algumas organizações de fato internalizam as práticas de sustentabilidade à lógica empresarial, mas que na maioria dos casos, as práticas de sustentabilidade não estão enraizadas na dinâmica da organização e podem sofrer mudanças de acordo com as variações e incertezas do mercado.

De acordo com, Machado e Gonçalves (1999 apud ROSSETTO; ROSSETTO, 2005), o que define que tais pressões sociais tenham poder de determinar aspectos tão significativos de produção e organização de determinada empresa, é a interação da instituição com seu ambiente, através da procura de legitimação. Dessa forma, as estratégias escolhidas e as decisões empreendidas são influenciadas por fatores externos e alheios a produção, que nem sempre condizem com os critérios de máxima eficiência.

Dentro desta visão, Oliveira, Gonçalves e Capelari (2011) destacam que, as explicações gerais sobre essa teoria neoinstitucional, possibilitam ferramentas

que ajudam em sua aplicabilidade prática. Uma dessas ferramentas é conhecida como isomorfismo, que pressupõe que as organizações se comportam e respondem a determinada situação de maneira similar a outras inseridas em um mesmo contexto e ambiente. Em concordância com o tema, Cunha, Soares e Lima (2011) apontam que na busca por crescimento contínuo e destaque no mercado atual de competitividade, as empresas precisam responder rapidamente as exigências e mudanças da sociedade, se adaptando e se modulando à mesmo, isso acaba levando as organizações a apresentarem posturas e processos idênticos.

O termo isomorfismo foi inicialmente desenvolvido por DiMaggio e Powell (2005), quando buscavam apontar os motivos que originam as similaridades encontradas em empresas de um mesmo campo organizacional. Estes pesquisadores acabaram concluindo que quando as organizações estão inseridas em um mesmo setor ou atividade acabam seguindo os padrões de cultura, resultados e estruturais já postos pelo mercado, a fim de conseguirem lidar contra as incertezas e restrições de forma racional.

O que leva as organizações a assumirem esta postura isomórfica, em relação às organizações líderes no seu ambiente específico, é o fato delas buscarem uma solução para determinado problema, mas não encontrarem em suas bases formas de resolvê-lo. Passando a desenvolver processos semelhantes aos observados em outras organizações, a fim de facilitar as suas relações interorganizacionais, favorecendo o seu funcionamento a partir da utilização de regras socialmente aceitas (MACHADO-DA-SILVA; FONSECA, 1993 apud ROSSETTO; ROSSETTO, 2005).

DiMaggio e Powell (2005) argumentam que, o isomorfismo institucional é o principal motivo que levam as organizações a assumirem determinadas estratégias com base em outras unidades que se encontram no mesmo conjunto ou condições. Ou seja, o ambiente define as estratégias mais legitimadas das empresas que nem sempre são as mais eficientes.

O isomorfismo pode ser definido como um conjunto de restrições que, de forma brusca ou não, forçam determinada unidade a parecer-se com outras unidades que se colocam em um mesmo conjunto de condições ambientais. Tal abordagem, sugere que as características organizacionais são modificadas na

direção do aumento de compatibilidade com as características ambientais. (ROSSETTO; ROSSETTO, 2005).

DiMaggio e Powell (2005) apontam dois tipos de isomorfismo: o competitivo e o institucional; tendo ainda, três mecanismos de mudança isomórfica: coercitivo, mimético e normativo:

O primeiro, isomorfismo coercivo, resulta de pressões formais e informais exercidas de uma organização dominante, a outra organização que seja dependente desta, bem como, pelas expectativas culturais na sociedade dentro da qual a organização está inserida. As forças coercitivas do ambiente diminuem a autoridade da empresa obrigando-a a adotar determinadas práticas impostas, levando-a à similaridade de modelo. Já o isomorfismo mimético, vincula-se, sobretudo, em função da incerteza, quando as tecnologias das organizações são pouco compreendidas, quando as metas são ambíguas, ou quando o ambiente cria incertezas simbólicas, as organizações tendem a moldar-se com base em outras organizações. Quando existe a incerteza pode existir a cópia. E o terceiro, isomorfismo normativo, advém principalmente do processo de profissionalização, que pode ser definido como esforço coletivo dos membros de uma ocupação para definir as condições e os métodos de seu trabalho, para controlar a produção, e para estabelecer uma base cognitiva de legitimação para a autonomia ocupacional. (DIMAGGIO; POWELL, 2005)

Neste sentido, Almeida e Callado (2017) apontam as características de mercado de cada isomorfismo anteriormente descritos; no coercitivo, os autores destacam o grau de dependência, onde, quanto mais dependente uma organização fica de outra empresa, ou quanto mais dependente o setor é de uma mesma fonte, mais isomórficas as empresas tentem a ser. No isomorfismo mimético, Almeida e Callado citam a incerteza como principal agente de decisão, uma vez que, quanto mais incertas as metas, recursos e relacionamentos do setor, mais as empresas copiarão as organizações bem sucedidas. E por último, os aspectos motivacionais para o isomorfismo normativo são apresentados como direcionamentos sociais e tecnológicos, onde, quando mais envolvida com a comunidade e com estudos acadêmicos e de desenvolvimentos tecnológicos, capacitação de funcionários,

implantação de máquinas e processos modernos, mais as empresas se tornaram semelhantes à outras em seu campo.

Em estudo realizado por Sabado e Farias Filho (2011), comprovou-se que apesar do isomorfismo de fato se fazer presente nas organizações, ele é muito lento no ambiente empresarial, e que, as organizações precisam investir mais em inovações técnicas e tecnológicas nos processos de sustentabilidade, uma vez que o campo prático de estudo demonstrou uma resposta muito mais significativa às intervenções governamentais.

Pode-se observar, conforme citado por Machado e Gonçalves (1999 apud ROSSETTO; ROSSETTO, 2005), os fatores internos, os conceitos e opiniões dos diretores por exemplo, e os fatores externos, como as crenças sociais, as leis e a visão que o mercado tem da relação de determinada organização com o ambiente, influenciam as distintas estratégias que serão definidas pelos tomadores de decisão. Isto ocorre, pois, estes setores geram pressão sobre a organização, que busca, a partir das suas bases, se adequar as novas realidades do setor. Quando as ideias próprias não são capazes de solucionar o problema de forma satisfatória, as empresas tentam a mudar suas perspectivas, seguindo outras empresas inseridas no mesmo contexto. Isso faz com que, com o tempo, às organizações se pareçam umas com as outras. Por isso, o isomorfismo pode ser apresentado como um dos processos da adaptação estratégica das empresas.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo serão apresentados os procedimentos metodológicos utilizados, como tipo de pesquisa, abordagem, estratégias e técnicas para alcance dos objetivos.

3.1 NATUREZA E TIPO DE PESQUISA

Essa pesquisa é de abordagem qualitativa, que conforme Martins e Theóphilo (2009), a pesquisa qualitativa preocupa-se em descrever, interpretar e compreender os fatos, em suma, o pesquisador busca descrever tudo que envolve o fenômeno ao invés de medi-lo. Segundo Sampieri, Collado e Lucio (2013), neste tipo de pesquisa a compreensão e profundidade do estudo são determinados pela perspectiva dos participantes em seu ambiente natural contextualizado ao tema de estudo. Fica claro, a partir destas definições, que na pesquisa qualitativa o enfoque é a visão subjetiva dos participantes à sua realidade, onde busca-se, compreender os fenômenos que os rodeiam, a partir da imersão em suas próprias experiências, opiniões e pontos de vista.

Quanto aos objetivos, o trabalho será de natureza descritiva, pois tem como finalidade compreender um fenômeno, por meio de uma análise vertical, descrevendo e investigando os impactos das práticas socioambientais na sustentabilidade econômica da empresa. Segundo Gil (2002) as pesquisas descritivas visam descrever as características de determinada população ou fenômeno ou, então, estabelecer relações entre variáveis distintas. Diversos estudos são classificados desta forma, e suas características são o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como questionários e a observação sistemática.

As estratégias da pesquisa foram por meio de estudo de caso único e documental possibilitando um confronto entre estudos pré-existentes e as evidências coletadas na empresa. Para Yin (2001), o estudo de caso trata-se de uma forma de investigação empírica a partir de um conjunto de procedimentos pré-estabelecidos. Para o autor, o caso estudado, tido como “único”, é determinado por várias circunstâncias e justificado pela ótica do tema escolhido, representando um teste à

teoria existente a qual se deseja tirar resultados específicos. Foi optado por este tipo de estudo, uma vez que, o estudo de caso permite uma investigação aprofundada que possua um alto detalhamento das informações para se preservar as características significativas dos eventos estudados.

Na pesquisa documental, como bem traz Martins e Theóphilo (2009), o estudo tem como base teórica os documentos, sendo estes a fonte de dados, informações e evidências. Neste trabalho, a pesquisa documental foi executada por meio dos dados fornecidos pela própria empresa alvo de estudo, por intermédio de documentos e observação do sistema utilizado pela mesma, com propósitos de descrever e comparar os usos e costumes, tendências, diferenças entre outras. As bases documentais possibilitaram estudar tanto a realidade presente da empresa quanto o passado, através da pesquisa histórica.

3.2 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

As técnicas para coleta e análise de dados foram por meio de documentos fornecidos pela empresa e entrevista mediante aplicação de questionário semi-estruturado, o qual buscou-se explorar e investigar todos os aspectos da empresa.

Segundo Yin (2001), a entrevista é uma das mais importantes fontes de informações em um estudo de caso e a forma do questionário semi-estruturado, como destaca o autor, é quando o respondente é entrevistado de forma espontânea por um curto período de tempo. Cabe destacar que, mesmo de forma semi-estruturada, o entrevistado estará sendo direcionado por um certo conjunto de perguntas a respeito das variáveis e situações a qual se deseja descrever e medir, tais perguntas foram originadas e protocoladas antecipadamente.

A entrevista ocorreu em um espaço cedido pela própria empresa tema de estudo, no mesmo endereço em que esta pesquisadora atualmente atua. A data acordada, a qual foram realizadas as entrevistas, foi dia 24 de Outubro de 2018, tendo duração de 2 horas, dos quais 45 minutos foram gravados seguindo o roteiro de perguntas apresentadas no quadro 1, as perguntas foram elaboradas de acordo com os construtos teóricos, a fim de atender aos objetivos propostos. Os

documentos utilizados para análise, foram coletados no decorrer do segundo semestre do ano de 2018. Participaram das entrevistas, o Diretor Comercial (sócio da empresa) e a Gerente de Processos que atua na empresa desde o ano 2015.

Quadro 1 – Questionário

(continua)

Roteiro de Entrevista		Categorias de Análises	Objetivos Específicos	Construtos Teóricos
Instituição	A empresa	A empresa;	1 Caracterizar a empresa objeto de análise e a cadeia produtiva;	
	Missão			
	Valores			
Responsabilidades	Social			
	Ambiental			
	Econômico			
Certificados				
Participações - Projetos Socioambientais				
Quais são as práticas socioambientais adotadas pela empresa nos processos produtivos operacionais?		Práticas socioambientais e benefícios;	2 Identificar as práticas socioambientais nos processos produtivo da empresa e analisar os benefícios;	(BARBIERI, 2004; AZEVEDO, 2006; TOLEDO; DEMAJOROVIC, 2006; CAMARA; GONÇALVES FILHO, 2007; CARVALHO; GOMES, 2008; PEDRINI ET AL., 2008; VELLANI; RIBEIRO, 2009; DIAS, 2011)
Na visão da empresa, quais os benefícios ambientais e estratégicos das práticas adotadas? E quais problemas a empresa está conseguindo evitar ou minimizar, a partir dessas ações?				
Quais impactos as práticas socioambientais geram na sustentabilidade econômica da empresa? Citar os impactos positivos e os negativos.		Impactos: socioambiental <i>versus</i> sustentabilidade econômica;	3 Verificar os principais efeitos das práticas socioambientais, analisando os impactos na sustentabilidade econômica;	(BARBIERI, 2004; ROSSETTO; ROSSETTO, 2005; AZEVEDO, 2006; CAMARA; GONÇALVES FILHO, 2007; SILVA ET AL., 2009)
Na visão da empresa, é possível equilibrar rentabilidade financeira, eficiência produtiva e conservação da natureza?				

Quadro 1 – Questionário

(continua)

Quais fatores influenciaram a empresa a adotar práticas socioambientais nos seus processos produtivos?			
A empresa tende a adotar procedimentos e modelos de práticas sustentáveis de outras empresas/organizações institucionais?			
Em algum momento, percebeu-se que alguma norma/procedimento precisou ser alterada em decorrência de cobranças externas para redução de impactos no meio ambiente? Se sim, quando e como?			
A quem a empresa atribui a responsabilidade da efetivação dos atuais processos de redução dos impactos ambientais?	Fatores influenciadores na adoção de práticas socioambientais;	4 Descrever os fatores influenciadores que levaram a empresa a adotar práticas socioambientais, sob a ótica da teoria neoinstitucional;	(WERNKE, 2001; BARBIERI, 2004; BRONZO; HONÓRIO, 2005; OLIVEIRA; GONÇALVES; CAPELARI, 2011; SABADO; FARIAS FILHO, 2011; RIOS; OLIVEIRA, 2013; SILVA; NASCIMENTO, 2017)
Segundo Barbieri (2004), se não houvesse pressões da sociedade e medidas governamentais para regularizar e pressionar o empresário a adequar sua produção, de modo que não agrida o meio ambiente, com certeza esse tema não seria observado, ao menos, não com tanto envolvimento como está sendo visto hoje nas organizações. Você concorda?			

Quadro 1 – Questionário

(conclusão)

Do ponto de vista da empresa, qual é a relevância do tema determinantes de práticas socioambientais nas indústrias do vestuário do Brasil?			
--	--	--	--

Fonte: Elaboração própria.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

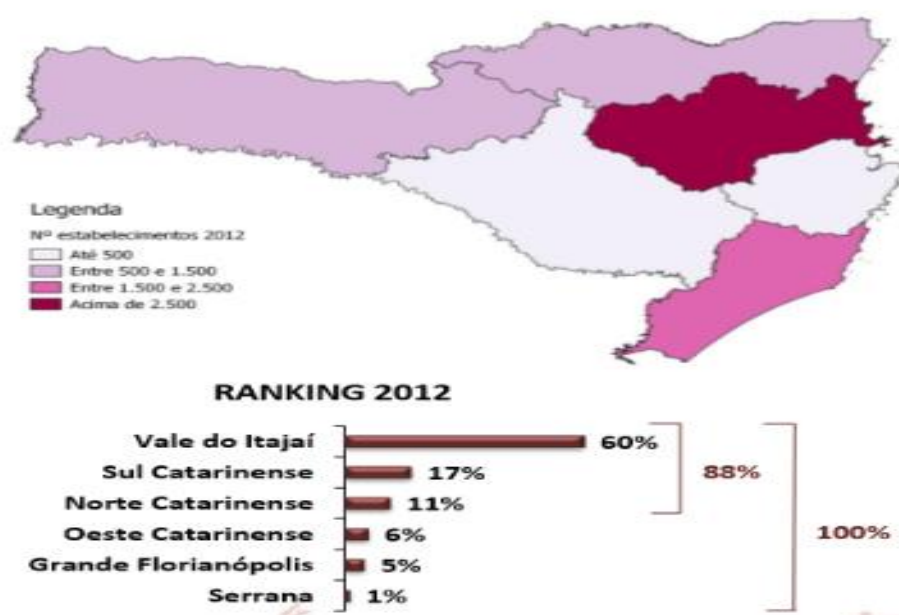
Esta seção é dedicada a apresentação da empresa objeto de análise, expondo as características da mesma, sua estrutura, sua cadeia produtiva, bem como sua organização em relação as práticas socioambientais, como se comporta as atuais ações no sentido de um desenvolvimento sustentável.

Na sequência, serão apresentados a análise dos resultados obtidos em relação/comparando à base teórica, onde buscou-se investigar os impactos das práticas socioambientais na sustentabilidade econômica e os fatores influenciadores que levaram a empresa adotar tais práticas.

4.1 CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA E SUA CADEIA PRODUTIVA

A empresa tema de estudo está localizada no Sul de Santa Catarina, que de acordo com o Mapa apresentado na figura 1, a região Sul concentra 17% dos estabelecimentos Têxteis e de Confecções do estado, sendo 60% concentrados no Vale do Itajaí, 11% no Norte Catarinense e o restante distribuídos no Oeste Catarinense, grande Florianópolis e a região Serrana.

Figura 1 – Visão geral do setor têxtil e confecção em Santa Catarina

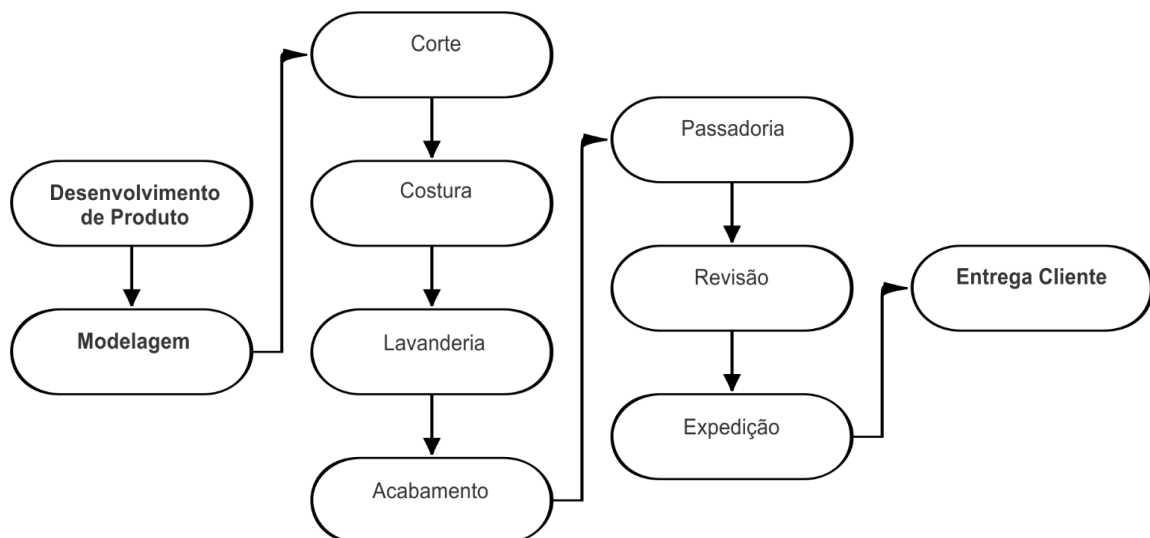


Fonte: MTE. Relação Anual de informações Sociais, 2012.

A empresa atua há 25 anos no setor de moda, atendendo ao mercado de *private label*, a qual fornece peças em tecidos Índigo (Denim) e Brim (Color) às grandes marcas de grifes e magazines nacionais.

Conta com 550 colaboradores diretos e 1.500 indiretos, distribuídos em seus 25 subcontratados. É responsável pelo processo completo de confecção das peças, desde o desenvolvimento do produto até a entrega ao cliente. Atualmente a empresa produz em média 400 mil peças por mês, integrando à sua cadeia de produção os processos de desenvolvimento, modelagem, corte, costura, lavanderia, acabamento, passadoria, revisão e expedição, conforme apresentado na figura 2:

Figura 2 - Processo produtivo da empresa



Fonte: Elaboração própria.

O processo de costura é todo terceirizado, sendo 10% dentro do estado de Santa Catarina, 50% no Paraná e 40% no estado de São Paulo; já o processo de acabamento é distribuído da seguinte forma, 40% é feito internamente na empresa e 60% por profissionais externos distribuídos na região de Criciúma. A empresa possui marca própria, mas, representa menos de 1% da sua produção.

A missão da empresa é garantir a excelência no atendimento, comercializando produtos inovadores, com eficiência em qualidade, preço e entrega, a fim de superar as expectativas de seus clientes. Sua visão é ser referência para clientes, colaboradores e comunidade, pela qualidade de seus produtos e serviços, com foco no crescimento econômico e responsabilidade socioambiental. Seus

valores compreendem a satisfação do cliente, atuando com ética, transparência e confiança em seus negócios, respeitando e desenvolvendo seus colaboradores.

4.1.1 Certificações

Em 2013 a organização conquistou sua primeira certificação a ABVTEX – Associação Brasileira do Varejo Têxtil, através do Programa de Qualificação de Fornecedores. O órgão é nacionalmente reconhecido por suas iniciativas em prol do *compliance*, fornecimento responsável e uso do trabalho digno, possuindo ainda como pilares, entre outras frentes de atuação, o combate à informalidade e o desenvolvimento sustentável da cadeia produtiva que abastece o varejo da moda, (ABVTEX, 2018).

Está em processo de certificação com outros dois órgãos de grande importância para a empresa que são o BCI – *Better Cotton Initiative* e o *Higg Index* previstos conclusão no ano de 2019.

O certificado BCI busca reconhecer as empresas que tomam a iniciativa por um algodão melhor, é gerido por uma organização sem fins lucrativos que começou em 2005 e reúne produtores, beneficiadores, comerciantes, fabricantes, varejistas e organizações da sociedade civil em uma parceria global, tendo como objetivo garantir um futuro mais sustentável para o setor de produção de algodão. A certificação tem como meta de longo prazo implantar seus princípios e critérios na produção algodoeira mundial, minimizando os impactos prejudiciais das práticas de proteção à cultura de algodão; utilizando a água de maneira eficiente e zelando por sua disponibilidade, bem como, cuidar da saúde do solo, conservar os habitats naturais, zelar e preservar a qualidade da fibra, e promover relações justas de trabalho (ECYCLE, 2018).

Desenvolvido pela *Sustainable Apparel Coalition*, o Índice Higg é um conjunto de ferramentas que permitem que as marcas, varejistas e instalações de todos os tamanhos, meçam e pontuem com precisão o desempenho de sustentabilidade de uma empresa ou produto. O Índice de Higg oferece uma visão geral que capacita as empresas a fazer melhorias significativas que protegem o bem-estar dos trabalhadores da fábrica, das comunidades locais e do meio

ambiente. Os benefícios são: foco na estratégia de sustentabilidade, identificação de oportunidades para reduzir desperdício e custos impulsionando a inovação, melhoria contínua de processos e produtos, atendimento da legislação, atendimento a padrões internacionais, abertura para novos mercados (SUSTAINABLE APPAREL COALITION, 2018).

Figura 3 - Índice de Higg



Fonte: Sustainable Apparel Coalition, 2018.

4.1.2 Participação em projetos socioambientais

Desde o ano 2016 a empresa vem participando de vários projetos sustentáveis em parceria com seus clientes, fornecedores e universidades, a fim de buscar alternativas que visem redução dos impactos ambientais, conforme expostos abaixo:

- 2016 – Projeto ICV – Inovação na Cadeia de Valor em parceria com a FGV – Fundação Getúlio Vargas:

O ICV Global tem como meta fomentar a internacionalização de MPEs – Micro e pequenas empresa que se diferenciam por seus atributos de inovação e sustentabilidade. O projeto buscou incentivar as empresas a encontrarem inovações a partir de um ecossistema de empreendedorismo que promova uma nova economia, alinhada à sustentabilidade. O projeto foi uma grande oportunidade para o empreendedor brasileiro, pois, cada vez mais o comprador internacional vê na sustentabilidade um importante atributo para sua decisão de compra e reconhece no Brasil um potencial fornecedor (APEX BRASIL, 2018).

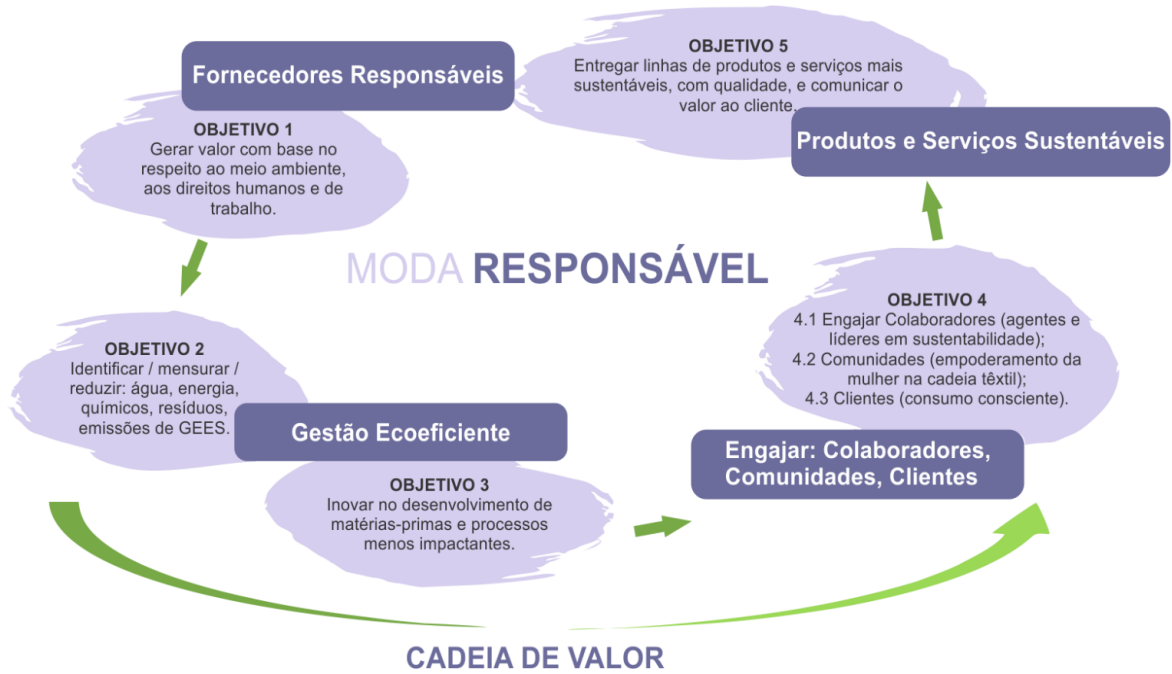
- 2017 – Projeto Ecoeficiência na cadeia de fornecimento Renner em parceria com a USP – Universidade de São Paulo:

O projeto foi promovido pela Lojas Renner S.A. que é um dos principais clientes da empresa e considerada a maior varejista de moda do Brasil estando presente em todas as regiões do país por meio de suas lojas da Renner, que oferece moda em diferentes estilos; da Camicado, empresa no segmento de casa e decoração; e da Youcom, especializada em moda jovem.

O objetivo do projeto é reduzir a quantidade de retalhos gerados no processo de corte; reciclar retalhos gerados no processo de corte; obter resultados práticos e estabelecer processo/modelo para sustentar os ganhos alcançados. Os benefícios do projeto, são a redução de custos diretos com matérias-primas, redução de custo indireto com resíduos sólidos, aumento da produtividade, aumento da

qualidade, atendimento a exigências legais (PNRS – Política Nacional de Resíduos Sólidos), atendimento a exigências de clientes.

Figura 4 - Projeto de Ecoeficiência na cadeia de fornecimento Renner



Fonte: Lojas Renner, 2017.

- 2017 – Projeto Moda Responsável e Circular em parceria com a USP, Fundação *Ellen Macarthur* e Lojas Renner:

A economia circular é uma alternativa que busca redefinir a noção de crescimento, com foco em benefícios para toda a sociedade. Isto envolve dissociar a atividade econômica do consumo de recursos finitos, e eliminar resíduos do sistema por princípio. Apoiada por uma transição para fontes de energia renovável, o modelo circular constrói capital econômico, natural e social. Ele se baseia em três princípios: eliminar resíduos e poluição por princípio, manter produtos e materiais em ciclos de uso, regenerar sistemas naturais (MACARTHUR, 2018).

Em Maio de 2018, a Renner apresentou ao mercado os primeiros resultados da iniciativa desse projeto, que tem com essência o reaproveitamento de resíduos gerados pela sua cadeia de fornecimento, a qual: as sobras têxteis de jeans são desfibradas, dão origem a um novo tecido e voltam para o processo

produtivo do fornecedor inicial, que usa a matéria-prima reciclada para confeccionar as roupas, dentro do conceito de fechamento de ciclo da economia circular.

Figura 5 - ReJeans



Fonte: Lojas Renner, 2017.

- 2018 – Missão Portugal promovido pelo CITEVE – Centro Tecnológico das Indústrias Têxtil e Vestuário de Portugal, em parceria com a USP e Lojas Renner:

O programa teve como objetivo preparar os empresários para que suas empresas acompanhem as tendências mundiais da indústria têxtil e vestuário, onde puderam visualizar, aprender e discutir processos e produtos inovadores em uma semana de imersão em uma programação que envolveu treinamentos com renomados consultores internacionais e visitas as empresas mais inovadoras de Portugal.

- 2018 – Projeto pegada hídrica em parceria com a USP e Lojas Renner:

Os objetivos do programa são: diagnóstico da gestão hídrica, estabelecimento de indicadores de desempenho ambiental, pegada hídrica e circularidade de águas, comunicação de melhores práticas com vistas à induzir e alavancar melhorias efetivas na prática da gestão hídrica na cadeia de fornecedores Renner, redução do consumo de água e dos riscos de toxicidade associados a produtos comercializados pela Renner, captura de oportunidades pelos participantes pela incorporação dos novos valores para a gestão hídrica. O programa tem como engajamento e benefícios: colaboração para confiabilidade, engajamento para a potencialização dos resultados, visibilidade e benefícios compartilhados nos casos exitosos, redução de custos e maior geração de valor, redução de riscos e maior resiliência, conformidade legal e normativa.

- 2018 – Participação documentário “Um presente à prova do Futuro” em parceria com as Lojas Renner:

O documentário discute o atual modelo econômico linear que, cada vez mais, coloca em risco o futuro de vida em nosso planeta. Como alternativa ele investiga as ideias da chamada Economia Circular, que já vem sendo adotada em algumas partes do Brasil e do mundo.

4.2 PRÁTICAS SOCIOAMBIENTAIS

De acordo com Barbieri (2004), o mau uso dos recursos naturais, pode trazer graves problemas sociais, de saúde e econômicos. Problemas estes, que poderiam ser postergados ou mesmo evitados, apenas colocando em prática a ecoeficiência, que Dias (2011), em concordância com o autor, traz como prática que visa trabalhar com o que a empresa já possuiu, estudando formas de melhorar os processos, tornando-os mais eficientes. Seja no policiamento dos desperdícios de matéria-prima, seja na redução ou reaproveitamento de resíduos. Desta forma, a empresa é consciente da importância da produção sustentável e faz gestão de modo

a garantir a preservação do meio ambiente. Das práticas socioambientais adotadas em seu processo produtivo operacional, cinco ações são consideradas com maior relevância pela a empresa, conforme apresentadas abaixo na figura 6:

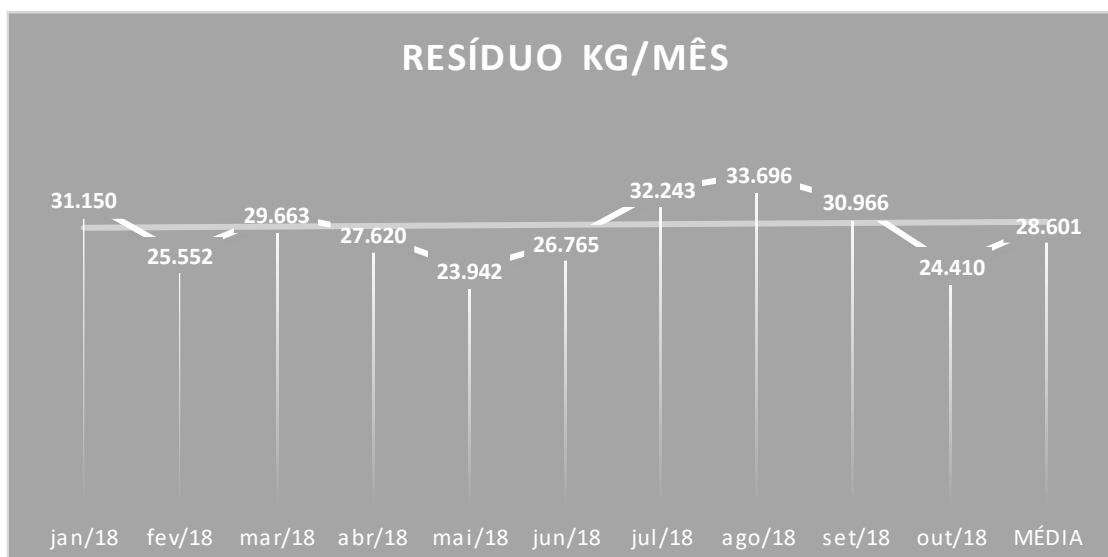
Figura 6 - Práticas socioambientais da empresa



Fonte: Elaboração própria.

A primeira ação foi a redução do resíduo têxtil, a empresa buscou meios de diminuir o desperdício de resíduos, projetando o risco (encaixe dos moldes) conforme a largura de cada rolo de tecido, este processo junto a outras práticas como por exemplo o aumento do tamanho do enfiesto, melhorou o aproveitamento e consequentemente diminuição do desperdício, que antes era 20% passou a ser 15%, em média. Além disso, foi possível diminuir o consumo de tecido em média 1 centímetro por peça. Conforme apresentado no gráfico 1, atualmente a empresa gera uma média de 28,6 toneladas de resíduos por mês inerentes ao processo de corte.

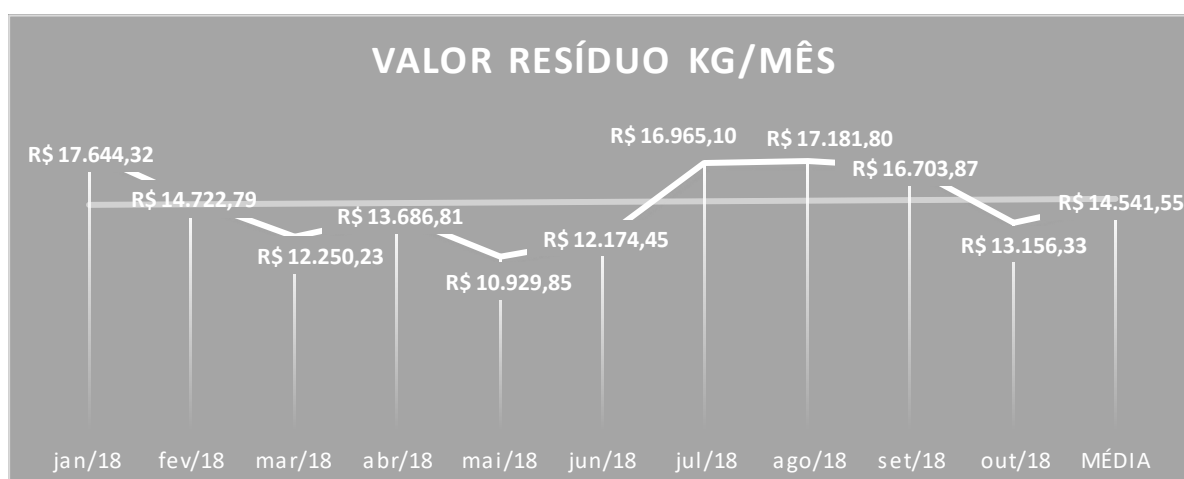
Gráfico 1 – Quantidade resíduo Kg/Mês



Fonte: Elaboração própria.

A segunda ação foi a reutilização do resíduo têxtil, o que antes era descartado com custo para aterro sanitário, passou a gerar uma renda simbólica para a empresa, conforme apresentado abaixo:

Gráfico 2 - Valor resíduo Kg/Mês



Fonte: Elaboração própria.

A empresa faz a separação do tipo de tecido Índigo (Denim) e Brim (Color), vende para uma empresa que desfibra os retalhos, que revende para uma segunda empresa que faz novamente o processo de fiação e que vende para uma

terceira empresa que faz um novo tecido. Após este ciclo, o tecido reciclado retorna para a empresa, percorre o caminho do processo linear transformando-o em um novo produto para ser novamente comercializado. Ou seja, com essa prática, a empresa reduziu significativamente o impacto produtivo da indústria no meio ambiente e gerou novas oportunidades de negócios, atendendo a demanda dos consumidores que buscam produtos que sejam sustentáveis e ecologicamente corretos.

A terceira ação adotada pela organização é captação da água da chuva para uso industrial e a introdução do ciclo fechado de água na lavanderia, não havendo descarga de efluente, apesar da licença ambiental permitir o despejo da água após passar pelo processo produtivo na natureza, que comprova a responsabilidade da empresa para com o meio ambiente. A empresa ainda está construindo três novas lagoas para melhorar sua gestão ecoeficiente.

A quarta ação são as aquisições de maquinários com tecnologia avançada que aumentam a eficiência produtiva reduzindo energia, água e esforço humano. Alguns investimentos foram e estão sendo feitos, como máquina automática no processo de corte e no processo de lavanderia máquinas que não tem necessidade da utilização de água e produtos químicos, ganhando não só eficiência produtiva, mas também maior qualidade nos produtos que antes dependiam de processos manuais.

E a quinta ação foi a aquisição de iluminação solar, que é translúcida, a qual em dias de sol é possível economizar 100% de energia em alguns ambientes da empresa, que antes eram alimentados pelo sistema elétrico.

4.3 IMPACTOS SOCIOAMBIENTAL *VERSUS* SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA

As práticas adotadas pela empresa trazem inúmeros benefícios ao meio ambiente. Com a implantação das ações no processo produtivo citadas no tópico acima, já foi possível minimizar muitos problemas como a redução do consumo e desperdício da matéria-prima principal, o tecido, e a redução do consumo e desperdício da água e da energia, por exemplo.

Segundo a empresa, a preocupação ambiental no mercado da moda e os meios para redução dos impactos, não é mais uma opção e sim uma obrigação. Os benefícios estratégicos também são de grande relevância, pois, cada vez mais o consumidor está preocupado com a escassez dos recursos naturais e buscam no mercado produtos que sejam produzidos de modo sustentável.

Dias (2011) ressalta que a empresa que se antecipa em atender as novas demandas da sociedade acaba tendo uma performance diferenciada no setor em que atua, pois, ao atender o mercado, com consumidores cada vez conscientes no âmbito ambiental, atinge níveis mais elevados de satisfação com os clientes ou seja, a organização alcança vantagens competitivas, com relação às demais empresas do segmento, atendendo um público específico, que busca por produtos e serviços sustentáveis.

De acordo com Azevedo (2006), uma empresa pode ser definida como sustentável quando procura em suas ações as dimensões econômica, social e ambiental. Em entrevista, buscando entender se é possível equilibrar rentabilidade financeira, eficiência produtiva e conservação da natureza, a empresa responde que “sim”, e que há muito mais impactos positivos do que negativos ao implantar as práticas socioambientais. Silva et al. (2009), aponta, que a sustentabilidade pode ser tida como um novo método estratégico de se fazer negócio, que, por meio da redução dos recursos naturais utilizados nos processos de produção, promove a responsabilidade social, sem abandonar a rentabilidade financeira da organização.

Anterior à participação da empresa nos projetos socioambientais em parceria com algumas organizações, dos quais alguns foram citados no tópico quatro, a organização tema de estudo já era ambientalmente responsável e já contava com mudanças no seu processo referente à conscientização ambiental, porém, somente após investir, no ano de 2015, na construção da lavanderia, quando os processos deste setor passaram a ser de total responsabilidade da empresa, é que a adoção das práticas socioambientais alavancaram e a conscientização ambiental entrou em maior evidência.

A necessidade de buscar a máxima eficiência, principalmente no que diz respeito ao uso e reuso da água, passou a ser uma prioridade na empresa e, aos poucos, os clientes enxergaram nesta atitude a possibilidade de investirem nos

processos junto à empresa, aprimorando-se e buscando em conjunto soluções de ecoeficiência, de modo que, minimizassem os impactos ambientais sem gerar impactos no custo e na qualidade do produto final. De 2016 até o momento a empresa já participou de vários projetos socioambientais sendo que muitos dos resultados das ações e investimentos realizados já apresentaram retorno.

4.4 FATORES DETERMINANTES A ADOÇÃO DE PRÁTICAS SOCIOAMBIENTAIS

Inicialmente o fator que influenciou a empresa na adoção de práticas socioambientais foi a conscientização ambiental, que com a certificação da ABVTEX, no ano de 2013, algumas práticas que a empresa já praticava passaram a ser formalizadas. Após a construção da lavanderia, ano de 2015, com o aumento dos gastos com água e produtos químicos produzidos pela empresa, a conscientização ambiental ficou ainda mais intensa. Da cadeia de fornecimento de índigo (denim) da Renner, seu principal cliente, a empresa foi escolhida para ser pioneira de alguns projetos citados no item 4.1.1, por ter boas práticas socioambientais. Em suma, a *priori* foi a conscientização ambiental enraizada nos valores da organização a qual o estudo buscou analisar que incentivaram o início das práticas socioambientais, no entanto, sua continuidade e aprimoramentos veio por meio de projetos em parceria com clientes e fornecedores.

Em concordância com o Barbieri (2004), se não houvesse pressões da sociedade e medidas governamentais para regularizar e pressionar o empresário a adequar sua produção, de modo que não agride o meio ambiente, com certeza esse tema não seria observado, ao menos, não com tanto envolvimento como está sendo visto hoje nas organizações.

Do ponto de vista da empresa, o tema determinante de práticas socioambientais nas indústrias do vestuário do Brasil é de total relevância, visto que, o setor demanda de muita disponibilidade natural ao mesmo tempo que agride muito o meio ambiente em suas produções e durante todas as etapas de suas atividades. A água, por exemplo, como é de conhecimento, é um recurso finito e, por ser um recurso razoavelmente barato, em termos monetários, quando comparados a outros

tipos de matérias primas, até então as empresas não se preocupavam com sua conservação ou ainda redução de seu consumo.

Portanto, mesmo com as cobranças externas à empresa, a decisão de mudança precisa estar alinhada com os valores da instituição, afim de que as ações tomadas sejam favoráveis e eficientes a mesma. O fato que, o retorno financeiro, está incentivando os empresários nesta direção, de redução de resíduos e reutilização. No entanto, é somente a partir do enraizamento da preocupação com o meio ambiente e com a próxima geração, desde os diretores até os funcionários terceirizados da organização, que se alcança a ecoeficiência produtiva.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo de conclusão de curso teve como objetivo investigar como as práticas socioambientais produzem impactos na sustentabilidade econômica por meio de um estudo de caso em uma indústria do vestuário localizada do Sul de Santa Catarina e analisar os fatores influenciadores que levaram a empresa a adotar tais práticas sob a ótica da teoria neoinstitucional. Esta seção apresentará as conclusões obtidas nas análises e, ainda, sugerir algumas recomendações para possíveis estudos futuros.

Identificou-se, que é simplesmente impossível, no atual avanço social, econômico e produtivo a qual o homem moderno está inserido, deixar de utilizar os recursos naturais. No entanto, o correto manuseio do meio ambiente é possível e deve ser cobrado por todos, uma vez que, traz diversos benefícios aos seres humanos, não apenas pela dependência dos produtos naturais, visando que sua finitude seja postergada o máximo possível. Assim como, pela consciência de que os seres humanos são uma parte de um todo, são uma espécie seres vivos que precisam aprender a viver em equilíbrio com a natureza.

Durante o desenvolvimento do trabalho proposto, foi visto que a forma como o homem explora e altera o meio em que vive é definido pela necessidade da sociedade como um todo, ou seja, a demanda por produtos e serviços direciona a forma com que o meio ambiente será utilizado, logo, conforme a sociedade muda, o padrão de uso dos recursos naturais também muda. Por isso, todos os fatores no entorno da tomada de decisão do gestor devem ser levados em consideração, a fim de evitar problemas de desequilíbrios ambientais, sociais, econômicos e até mesmo de saúde.

Pode-se sugerir ainda, que os recursos naturais foram e são de suma importância para a sobrevivência da raça humana e que a forma com que vão ser manuseados tanto influencia o meio, quanto é influenciado por ele. Este ponto fica muito claro quando analisamos os resultados individualmente, onde temos empresas que precisaram reduzir a produção ou migrar de local por falta de água, assim como, temos empresas alterando suas formas produtivas a fim de atender uma mudança no padrão de consumo, protegendo o meio ambiente.

Este último ponto citado, a relação entre sociedade civil e responsabilidade ambiental, é relevante no atual sistema capitalista, como bem aponta a teoria neoinstitucional, uma vez que, o consumidor consciente passou a exercer seu poder de compra, filtrando as empresas que cumprem seu papel social, no sentido de melhorar a qualidade de vida de todos, das empresas que não se atualizaram e permanecem cegas em busca de lucro a todo custo.

Atualmente, as indústrias de vestuário atendem uma necessidade básica da população; no mercado, são inúmeras as empresas do ramo, para os mais variados tipos de clientes e ocasiões, por isso todas as formas possíveis de se obter vantagens comparativas no mercado capitalista de consumo devem ser estudadas, avaliadas e quando possíveis implantadas.

Sob a ótica neoinstitucional, o presente estudo se propôs a investigar determinantes de práticas socioambientais e seus impactos na sustentabilidade econômica, por meio de um caso industrial com sede no sul catarinense. Para o alcance de tal objetivo, seguiu-se um cronograma pré-definido de entrevista e análises de dados e séries históricas de resultados.

Primeiro, caracterizou-se a empresa objeto de análise e sua cadeia produtiva, onde observou-se, que a organização tem uma ligação social muito forte com a região em que atua, buscando, não só o crescimento econômico industrial, mas dos terceiros e da sociedade em seu entorno. Sendo já reconhecida por seus méritos neste sentido, através de algumas certificações como por exemplo a ABVTEX. Tornando-se referência para clientes, fornecedores, colaboradores e comunidade, pela qualidade de seus produtos e serviços, com foco no crescimento econômico e responsabilidade socioambiental.

Logo após, identificou-se as práticas socioambientais nos processos produtivo da empresa, onde foram elencados os benefícios já existentes e melhorias que ainda estão sendo estudadas; onde percebeu-se que, apesar de uma redução na produção de resíduos, a empresa ainda tem um longo caminho a percorrer, principalmente no que diz respeito a aquisição de novos equipamentos, que modernizarão alguns processos produtivos. Também foi possível observar que, na contramão do setor, que, de acordo com a empresa, está focado na reutilização, reciclagem e outras formas de utilizar o excedente produzido, a empresa tem de

estudo, foca suas ações na redução de produção de rejeitos, uma vez que, dos cinco pontos elencados pela mesma a fim de aumentar a eficiência produtiva, apenas um tratava-se de reaproveitamento, todos os demais buscavam evitar ou mesmo eliminar a existência dos resíduos produtivo.

Também foi verificado os principais efeitos das práticas socioambientais, analisando os impactos na sustentabilidade econômica, que, de acordo com os dados levantados e com a opinião dos entrevistados da indústria estudada, são decisões totalmente estratégicas, que atraíram novos clientes, fornecedores, bem como, novos profissionais capacitados que estavam alinhados com os valores da empresa e com desejo de participar destas mudanças. Estes benefícios, foram e estão sendo de grande relevância, pois, cada vez mais o consumidor está preocupado com a escassez dos recursos naturais e buscam no mercado produtos que sejam produzidos de modo sustentável, o que possibilitou à empresa atingir este público, suprimindo uma demanda até então pouco explorada no mercado.

Todas as práticas socioambientais implantadas na empresa, anteriores e durante o presente estudo, serão mantidas pela mesma, pois mostraram-se assertivas e com resultados satisfatórios. Cabe destacar, que o fato de a empresa estar estudando e implantando novas alternativas e melhorias dos projetos implantados mostra que, as práticas socioambientais tiveram pequenos impactos, porém positivos na receita da mesma, sendo sua implantação não só possível, mas também necessária para sustentabilidade econômica da indústria no mercado. Os projetos deixaram de ser uma opção e se tornaram parte da marca, referência de qualidade e processos responsáveis.

Por fim, foram descritos determinantes que levaram a empresa a adotar práticas socioambientais, sob a ótica da teoria neoinstitucional, o qual os resultados corroboraram com os fundamentos teóricos apresentados. A empresa apontou, que a preocupação ambiental e social sempre esteve presente na empresa, e muitas formas de evitar o desperdício vinham sendo implementadas e estudadas desde sua existência, visto que, o setor demanda de muita disponibilidade natural ao mesmo tempo que agride muito o meio ambiente em suas produções e durante todas as etapas de suas atividades. Ou seja, foram valores pré-existent na empresa que

fomentaram o desejo de melhoramento de seus processos a fim de trazer resultados positivos para o meio ambiente e a sociedade em seu entorno.

É de relevância destacar, que de acordo com os gestores, a continuidade das práticas socioambientais, bem como, a força e proporção que as mesmas tomaram na empresa tema de estudo, de fato, se deu, como apontado pela teoria neoinstitucional, por cobranças externas, de clientes e governo, do mercado como um todo, e ainda pelos resultados na redução de custos e resíduos produtivos.

Como limitações do presente estudo, cita-se o tempo de elaboração e entrega do trabalho, tendo em vista que muitos temas não puderam ser aprofundados por esta questão. A pesquisa poderia, inclusive, ser ampliada internamente por meio de entrevistas de outros operadores internos. A visão de clientes compradores de produtos da empresa poderia ser investigada, no sentido de contribuir para identificar fatores externos influentes. Igualmente, como percebem práticas socioambientais empregadas pela empresa objeto de análise.

A partir das conclusões alcançadas no presente trabalho, alguns indicativos de pesquisas futuras seriam: confrontar a relação entre redução de resíduos produtivos e produto final produzido, abordar a temática de práticas de socioambientais dentro de cada processo produtivos com mais fôlego, ampliar o estudo dos fatores que motivam ou desmotivam a aplicação destas práticas socioambientais, bem como abordar de forma mais pontual, com estudos empíricos, da aplicação de algumas destas práticas em outras indústrias do vestuário do Brasil.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Karla Katiuscia N.; CALLADO, Aldo Leonardo C. **Indicadores de desempenho ambiental e social de empresas do setor de energia elétrica brasileiro**: uma análise realizada a partir da ótica da Teoria Institucional. Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade, v. 7, n. 1, p. 222-239, 2017.
- APEX BRASIL. **Projeto ICV Global oferece formação em sustentabilidade**. 2016. Disponível em: <<http://www.apexbrasil.com.br/Noticia/PROJETO-ICV-GLOBAL-OFERECE-FORMACAO-EM-SUSTENTABILIDADE>>. Acesso em: Out. 2018.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO VAREJO TÊXTIL (ABVTEX). **Quem somos**: Sobre a ABVTEX. Disponível em: <<https://www.abvtex.org.br/sobre-a-abvtex/>>. Acesso em: Set. 2018.
- AZEVEDO, Ana Luísa V. **Indicadores de sustentabilidade empresarial no Brasil**: uma avaliação do Relatório do CEBDS. Revibec: revista iberoamericana de economia ecológica, v. 5, p. 75-93, 2006.
- AZEVEDO, Tânia Cristina; CRUZ, Claudia F. **Balanço social como instrumento para demonstrar a reponsabilidade social das entidades**: uma discussão quanto à elaboração, padronização e regulamentação. Pensar Contábil, v. 8, n. 34, 2007.
- BARBIERI, Jose Carlos. **Gestão ambiental empresarial**: conceitos, modelos e instrumentos. São Paulo: Saraiva, 2004.
- CÂMARA, Renata P. B.; GONÇALVES FILHO, Eduardo V. **Análise dos custos ambientais da indústria de couro sob a ótica da eco-eficiência**. Recuperado de <http://www.custoseagronegocioonline.com.br/numero1v3/custos%20ambientais.pdf>, 2007.
- CARVALHO, Francisco P. A.; GOMES, Jaíra Maria A. **Eco-eficiência na produção de cera de Carnaúba no município de Campo Maior, Piauí, 2004**. Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 46, n. 2, p. 421-453, 2008.
- CLARO, Priscila B. O.; CLARO, Danny P.; AMÂNCIO, Robson. **Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações**. Revista de Administração-RAUSP, v. 43, n. 4, 2008.
- CUNHA, Adriano S.; SOARES, Thiago C.; LIMA, Mauricio A. **A institucionalização como forma de diferenciação frente ao isomorfismo organizacional**. RAUnP-ISSN 1984-4204-Digital Object Identifier (DOI): <http://dx.doi.org/10.21714/raunp>. v. 3, n. 2, p. 8-14, 2011.
- DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental**: Responsabilidade Social E Sustentabilidade. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

DIMAGGIO, Paul J.; POWELL, Walter W. **A gaiola de ferro revisitada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais**. RAE-Revista de Administração de Empresas, v. 45, n. 2, p. 74-89, 2005.

ECYCLE. **Certificação BCI: Uma forma sustentável de produzir algodão**. Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/component/content/article/67-dia-a-dia/5986-o-que-e-certificacao-bci-sustentabilidade-algodao.html>>. Acesso em: Out. 2018.

MACARTHUR, E. **Economia Circular**. Disponível em: <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/pt/economia-circular-1/conceito>>. Acesso em: Out. 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: 4. ed. Atlas, 2002.

GONÇALVES, Sidalina S.; HELIODORO, Paula Alexandra. **A contabilidade ambiental como um novo paradigma**. Revista Universo Contábil, v. 1, n. 3, p. 81-93, 2005.

KELM, Martinho Luis et al. **Institucionalização das iniciativas socioambientais das organizações: interfaces entre a teoria do desenvolvimento social de Habermas e o isomorfismo da teoria institucional**. Cadernos EBAPE. BR, v. 12, p. 401-415, 2014.

LEITE FILHO, Geraldo A.; PRATES, Lorene Alexandre; GUIMARÃES, Thiago N. **Análise os níveis de evidenciação dos Relatórios de sustentabilidade das empresas brasileiras A+ do Global Reporting initiative (GRI) no Ano de 2007**. Revista de Contabilidade e Organizações, v. 3, n. 7, 2009.

MARTINS, Gilberto A.; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. São Paulo: 2. ed. Atlas, 2009.

OLIVEIRA, Bernardo C. S. M.; GONÇALVES, Dayane M.; CAPELARI, Mauro Guilherme M.; **Teoria Neoinstitucional como aporte para a análise da sustentabilidade ambiental**. In: NEVES, Lafaiete S. N.; Sustentabilidade: Anais de textos selecionados do V seminário sobre sustentabilidade. Curitiba: Juruá, p. 143-157, 2011.

PEDRINI, Danilo C. et al. **Análise da Ecoeficiência de uma Indústria Siderúrgica Brasileira**. XXVIII ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, Anais... Rio de Janeiro: ABEPRO, 2008.

RIOS, Rafael S.; OLIVEIRA, Sara S. **A responsabilidade social empresarial e a responsabilidade civil ambiental: uma aproximação neoinstitucional**. Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade-GeAS, v. 2, n. 1, p. 74-96, 2013.

ROSSETTO, Carlos Ricardo; ROSSETTO, Adriana M. **Teoria institucional e dependência de recursos na adaptação organizacional:** uma visão complementar. RAE-eletrônica, v. 4, n. 1, 2005.

SABADO, José O. S.; FARIAS FILHO, Milton C. **Ações de sustentabilidade influenciando o isomorfismo no campo das organizações da indústria de construção civil.** Revista Reuna, v. 16, n. 4, p. p. 27-42, 2011.

SAMPIERI, Roberto H.; COLLADO, Carlos F.; LUCIO, Maria D. P. B. **Metodologia da pesquisa.** Porto Alegre: 5. ed. Penso, 2013.

SILVA, Júlio Orestes et al. **Gestão Ambiental:** uma análise da Evidenciação das Empresas que compõem o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) 10.5773/rgsa. v3i3. 176. Revista de Gestão Social e Ambiental, v. 3, n. 3, p. 56-71, 2009.

SILVA, Minelle E.; NASCIMENTO, Luis Felipe M. **Análise institucional para a sustentabilidade em cadeias de suprimento no Brasil e no Reino Unido.** Amazônia, Organizações e Sustentabilidade, v. 6, n. 2, 2017.

SISINNO, Cristina Lúcia S.; MOREIRA, Josino C. **Ecoeficiência:** um instrumento para a redução da geração de resíduos e desperdícios em estabelecimentos de saúde. Cadernos de saúde pública, v. 21, p. 1893-1900, 2005.

SUSTAINABLE APPAREL COALITION. **O Índice de Higg.** Disponível em: <<https://apparelcoalition.org/the-higg-index/>>. Acesso em: Out. 2018.

TOLEDO, Artur F.; DEMAJOROVIC, Jacques. **Atividade hospitalar:** impactos ambientais e estratégias de ecoeficiência. InterfacEHS, v. 1, n. 2, 2006.

VELLANI, Cassio L.; RIBEIRO, Máisa S. **Sistema contábil para gestão da ecoeficiência empresarial.** Revista Contabilidade & Finanças, v. 20, n. 49, p. 25-43, 2009.

WATANABE, Melissa. **O Uso da Terra na Agricultura do Estado do Paraná, Brasil.** 2009. Tese (Doutorado em Agronegócios) – Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

WERNKE, Rodney. **Custos ambientais:** uma abordagem teórica com ênfase na obtenção de vantagem competitiva. Revista de Contabilidade do CRC-SP, v. 5, n. 15, p. 40-49, 2001.

YIN, Roberto K. **Estudo de Caso:** Planejamento e Métodos. Porto Alegre: 2. ed. Bookman, 2001.

ZUCKER, Lynne G. **Institutional theories of organization.** Annual review of sociology, v. 13, n. 1, p. 443-464, 1987.